

Е. В. Лозовская, главный редактор Телерадиокомпании Уральского государственного университета (ТРК УрГУ)

Особенности информационной политики ТРК УрГУ

Существует целый ряд мифов, связанных с вузовскими СМИ. Например, иногда их называют «маленькие» СМИ или «СМИ в коротких штанишках», говорят, что они передают информацию «для себя и про себя», не могут закрепить успех из-за постоянной смены поколений, что они имеют очень ограниченное (стенами вуза) поле для деятельности, где «и развернуться-то негде»...

Насколько эти мифы соответствуют действительности? Давайте попробуем разобраться.

Но вначале – немного истории.

Телевидение в высших учебных заведениях появилось в 70–80-е годы прошлого века. Словосочетание «прошлый век» настраивает на мемуарно-лирический лад, но стремительность, с которой происходят изменения в телевизионной индустрии, такова, что не до воспоминаний – успеть бы разобраться в настоящем.

Тем не менее, несколько слов о том, как и где начиналось вузовское телевидение. Опыт Екатеринбурга в этом смысле можно считать типичным.

В Уральском политехническом институте сразу все было сделано основательно – при очередной смене телевизионной техники на «большом телевидении» – Свердловском комитете по телевидению и радиовещанию – комплект профессионального оборудования разместили на базе института с очень прогрессивной целью: передавать на область лекции для студентов заочников. Таким образом, техническая база телевидения политехнического института всегда была на уровне, т.к. одновременно играла роль испытательного павильона для студентов радиофака. Талантами этот вуз тоже не был обделен, поэтому общественное (в отличие от учебного) телевидение УПИ делалось студентами, но за камерами стояли профессиональные операторы Свердловского телевидения, а за пультом видеозаписи сидели профессиональные режиссеры.

По-другому все начиналось в Уральском государственном университете, где к тому времени факультету журналистики насчитывалось

почти 45 лет. Автор этих строк закончила факультет в 1975 году, и в ее дипломе нет ни одной дисциплины, указывающей на то, что студентов хотя бы на уровне лекций знакомили с таким средством массовой информации как телевидение. Не отвечать на вызовы времени было просто неприлично, поэтому произошло соединение нескольких интересов: на базе отдела технических средств обучения решили создавать учебное телевидение (отдел существовал при кафедре педагогики), а другим заинтересованным партнером стал факультет журналистики в лице тогдашнего декана В. Г. Сесюнина. Для организации процесса пригласили молодого специалиста (автора этих строк) с большого телевидения, которому одновременно предложили вести спецпрактикум «Телевизионные новости» на факультете журналистики. Энтузиазм студентов был невероятный. Тут обязательно нужно сказать о первом телевизионном оборудовании: у кафедры педагогики был заключен хоздоговор с заводом, на котором работали инвалиды по зрению (придумывалась специальная печатная машинка для слепых). За работой на конвейере следили специальные телевизионные, так называемые промышленные камеры. Вот они-то и стали первыми свидетелями того, что происходило в маленькой студии учебного телевидения отдела технических средств обучения.

Сейчас, по прошествии почти четверти века, вспоминая то, что происходило в студии размером 20 квадратных метров (самое массовое действие – видеозапись хора из двадцати человек), понимаешь: интерес – это не только категория философская или психологическая, но и двигатель любого процесса. Этот процесс пошел стремительно, поэтому перечислю **важнейшие этапы развития телевидения в нашем университете:**

1981–1986 гг. – техническая база: черно-белые камеры, первые видеоманитофоны; с 1983 г. – полупрофессиональные магнитофоны завода ЛОМО (г. Ленинград). На этом оборудовании создавались еженедельная программа «Актуальная камера» (всего 150 выпусков), фильмы о факультетах, художественные программы (одна из них – тележурнал «Палата № 06»).

1986–1992 гг. – появление цветной видеокамеры Panasonic, с помощью которой создавалась студенческая программа «Арт-и-шок», велась съемка в археологических и археографических экспедициях.

1992–1996 гг. – первый профессиональный комплекс Panasonic (камеро-монтажный комплекс со спецэффектами). На основе этого оборудования создавались фильмы о старообрядцах на Урале, о раскопках археологов на севере Тюменской области и многое другое. Именно этими фильмами мы поразили своих коллег с факультета журналистики

Университета Чапл-хилл штата Северная Каролина. Мы получили от них грант и приобрели станцию нелинейного монтажа.

1996–2005 гг. – две студии, одна монтажная, две станции линейного и нелинейного монтажа, две видеокамеры с современным звуком. Творческая продукция: еженедельная программа новостей, публицистические программы, спецпроекты. Призовые места и дипломы на различных российских и региональных конкурсах (последний фильм о немцах на Урале заслужил высокую оценку немецкого посольства, автор был поощрен стажировкой в Германии).

Если говорить об особенностях информационной политики телерадиокомпаний Уральского государственного университета (далее – ТРК УрГУ), то можно проанализировать итоги, например, второго семестра 2004–2005 учебного года. В цифрах это 16 выпусков, примерно 80 сюжетов, несколько спецпроектов (День влюбленных, КВН, Мисс и мистер УрГУ), программы для абитуриентов и все, что придет в голову студентам трех групп факультета журналистики, а также студентам с других факультетов.

Новостные передачи нашего телевидения транслируются по пятницам, во время большого перерыва, с 13.20 до 13.40. По понедельникам идет их повтор. В остальное же время «крутятся» различные объявления, поздравления и т. д. Таким образом, установленные в главном здании УрГУ телевизоры работают каждый день с утра до вечера.

Тематически все сюжеты можно подразделить на учебные, социальные, культурные и спортивные, а сам сюжет выполняет следующие функции: учебную, образовательную, профессиональную. Телевидение УрГУ – это не только база для обучения студентов факультета журналистики, но и важный источник информации о жизни вуза, и своеобразная площадка для творческой самореализации студентов разных факультетов.

Несмотря на то, что коллективных мероприятий, объединяющих всех сотрудников, преподавателей и студентов стало меньше, нет партийных собраний, производственных совещаний, представление о миссии университета в целом, о роли гуманитарной и естественной составляющей, об открытиях в университетской науке у всех, кто работает и учится, есть. И в этом немалая заслуга средств массовой информации университета: газеты и ТРК. Ректор использует любую публичную площадку, чтобы разъяснить роль университета в жизни общества.

Университет – это:

- хранилище фундаментального знания;
- передача его все новым поколениям;
- непрерывность образования в течение всей жизни;

- создание опережающих специальностей, потребность в которых возникнет через несколько лет;
- плотина всему негативному в обществе;
- влияние на общественные процессы.

Не скажу, что каждая планерка начинается с напоминания об этих ценностях, но когда журналист идет за информацией, комментарием – он помнит об этом.

Особенность университетской жизни – в ее повторяемости, цикличности: учебный процесс, семестры, сессии, лекции, семинары... Но отличительной чертой нынешнего положения высшего образования в обществе является его открытость, общественная дискуссия о процессах, которые в нем происходят, попытки реформирования. Все это не может не сказываться на сюжетах об учебной и общественной жизни.

Нужно отметить, что редакция ТРК УрГУ имеет возможность проводить достаточно самостоятельную информационную политику. Обсуждение актуальных проблем университетской жизни на нашем телевидении идет честное и открытое. Авторы сюжетов могут высказывать собственные точки зрения, даже если они не совпадают с мнением администрации вуза. Руководство не навязывает нам какую-то определенную линию поведения, не диктует, какие темы и как мы должны освещать. Практически все поднимаемые в сюжетах проблемы мы освещаем по собственной инициативе.

Факт, тема, проблема – термины из профессиональной журналистской среды – усваиваются студентами в момент выполнения редакционного задания. Актуальность темы, поиски информатора, комментатора, умение взять информацию, задав правильные вопросы, – все это профессиональная составляющая работы над журналистским материалом. А учебная часть создания сюжета заключается в следующем: на съемке студент должен работать в команде, поставить оператору задачи, следить за микрофоном, за звуком, светом, своим внешним видом, и если раньше мы слышали заявления: «Я пойду в газету, мне это не надо», то теперь подобные высказывания звучат редко. На рынке СМИ высокая конкуренция. И кто знает, куда забросит судьба: в редакцию печатного или электронного средства массовой информации. Надо быть готовым ко всему, поэтому данное учебное задание – сюжет – выполняют студенты всех трех групп специальности журналистика, т. е. 75–80 человек.

Помимо того, что на базе нашей телерадиокомпании преподается ряд специальных дисциплин, некоторые студенты журфака еще и проходят у нас производственную практику: каждый год мы берем трех практикантов. Люди, которые собираются проходить у нас практику

или делать учебный сюжет, могут выбрать, в какой из двух отделов редакции пойти: отдел новостей или отдел спецпроектов.

К созданию программ ТРК УрГУ имеют отношение не только представители факультета журналистики, но и студенты других факультетов. Так, например, с нами активно сотрудничают культурологи, философы, филологи, люди, которые стремятся к творческой самореализации... Просто приходят и говорят, что хотят сделать такой-то сюжет. И мы никому не отказываем. Кстати, большинство штатных сотрудников ТРК УрГУ – это студенты, которые имеют определенный опыт работы на телевидении. Они и при проведении учебных занятий помогают, и сами сюжеты снимают...

Конечно, у студентов опыта меньше, чем у взрослых профессиональных журналистов, зато они, как правило, более откровенны и непосредственны. Студент может задать абсолютно любой волнующий его вопрос – хоть ректору, хоть еще кому-то. У него нет преклонения перед авторитетами, владельцами СМИ, которое наблюдается порой в профессиональной журналистской среде, он не связан какими-то политическими путями в своей профессиональной деятельности. С нашей телерадиокомпанией, как правило, активно сотрудничают именно творческие, равнодушные личности. И, на мой взгляд, одна из главных задач ТРК УрГУ состоит в выработке равнодушного отношения аудитории, зрителей к жизни университета.

Что касается образовательной составляющей нашей телевизионной информации, то она определяется набором факультетов, специальностей, научных школ, уникальных подразделений университета, где нет ничего постоянного, все меняется. Рассказывая в очередной раз о Коуровской обсерватории, открытиях археологов и археографов, ученых НИИ ФПМ и МИОНа, журналист на себе ощущает непрерывность образования, познание нового и неизведанного.

Несколько примеров создания журналистских сюжетов.

Проблема стипендии. Из опросов выясняется разное к ней отношение – от юмористического (на сколько ее хватает) до конструктивного (на нее можно прожить, если это стипендия Потанинского фонда, Президента, губернатора, Ученого совета, если это участие в грантах). В тех же опросах мы услышали, что студент может получать до 3 стипендий одновременно. «Делайте выбор», – говорят наши журналисты.

К подобным тематико-проблемным сюжетам можно отнести информацию об обратной связи ректора со студенчеством, о состоянии университетских туалетов, столовой, о прививках и флюорографии, об акциях для детских домов, курении, велосипедной стоянке и т. д.

Однажды несколько студентов заинтересовались вопросом, – какой флаг развевается над крышей университета и зачем? Провели расследование, нашли ответственных, получился интересный сюжет.

Если же обратиться к культурной жизни университета, то событий здесь не перечесть: театры драматический и музыкальный, ансамбль «Хорал» и хор, рок-фестиваль «Формат УрГУ», традиционные факультетские капустники. Из последних спортивных событий, нашедших отражение в передачах ТРК УрГУ: в университете появились роллеры и игроки в гольф...

Утверждение о том, что вузовские СМИ имеют очень узкую, ограниченную сферу деятельности – не более чем миф. Тем для замечательных сюжетов – масса. На многих кафедрах, в лабораториях занимаются интереснейшими исследованиями, периодически проводятся важные научные мероприятия, общественная и спортивная жизнь бурлит!.. Важно только суметь найти и достойным образом раскрыть эти темы. Причем, вузовское телевидение, как правило, имеет возможность освещать какие-то проблемы и явления более подробно, основательно, чем другие телеканалы. Это существенное преимущество.

Сейчас мы вводим в эксплуатацию дополнительную, малую студию, и это должно создать еще бóльшие возможности для выпуска разнообразных и качественных телепрограмм. Кроме того, собираемся расширить территорию вещания. В частности, установить телевизоры не только в главном здании университета на Ленина, 51, но и в примыкающем к нему здании на улице Тургенева. Причем, установить не только в коридорах, как сейчас, но и в столовой – чтобы смотреть передачи было более комфортно: сидя за столом, а не стоя в коридоре, задрвав голову. Кроме того, в планах есть передача наших телепрограмм в цифровом виде, с помощью Интернета, на территорию студгородка...

Планов у нас немало, и планы серьезные. Чтобы соответствовать требованиям времени, университетское телевидение должно постоянно развиваться. Я считаю, что это очень важно. Ведь оно способствует развитию всего университета и формированию самого главного капитала – человеческого, образовательного, профессионального.

Октябрь 2005 г.